



Empresarios, trabajadores y políticos confían en la continuidad industrial de la fábrica, pero admiten que el impacto de perder la enseña puede ser mayor

La economía catalana tiembla ante el posible fin de la marca Seat

JOSEP CATÀ
Barcelona

La posibilidad de que Seat desaparezca como marca de coches tiene en vilo a empresarios, políticos, sindicatos y demás agentes económicos y sociales de Cataluña y de España. Ya hace años que se venía anticipando que Cupra, la nueva firma que nació dentro de la propia Seat en 2018 para apelar a un público más joven, centralizar la estrategia de electrificación y subir la rentabilidad, acabaría por hacer sombra a la histórica enseña, que cumple 76 años. Pero no por ello ha sido menos doloroso. El periodo de negociación que se abre ahora estará afectado por la inquietud, no solo por el fin de una marca emblemática, sino también por el impacto en la fábrica de Martorell como núcleo alrededor del que pivota la industria de la automoción catalana, y como el mayor centro de trabajo de Cataluña, con más de 15.000 empleos directos.

La noticia de la desaparición de Seat apareció el jueves en los medios alemanes, que citaban documentos preparatorios para la reunión del Consejo de Supervisión del Grupo Volkswagen que debía decidir el plan de reestructuración para hacer frente a la pérdida de rentabilidad y a la pujante competencia china. El resultado fue más ambiguo. El grupo sí que aprobó un plan para reestructurar 50.000 puestos de trabajo hasta 2030, que se suman a los otros 50.000 despidos aprobados en 2024, y planteó el cierre de cuatro fábricas alemanas. En cambio, no fue explícito sobre la continuidad de Seat, pero al admitir que tienen un excedente de producción de 500.000 coches, apuntó que se tendrá que centrar en los coches más atractivos, simplificar la cartera de producto un 50% y enfocarse en los modelos que destacan por sus menores costes. El consorcio alemán fue más explícito el viernes en otro comunicado, en el que, aunque señalaba que todavía no ha tomado una decisión, abría la puerta a dejar de invertir en la marca Seat a partir de 2030.

Así, aunque la desaparición no se ha anunciado formalmente, el plan del grupo Volkswagen —matriz del fabricante español desde 1986— deja a Seat en una posición de alto riesgo: sus coches no están tan actualizados como los de otras enseñas del grupo, no hay planes para hacer coches eléctricos bajo la marca Seat y no hay nuevos modelos previstos en los próximos años. Pero, sobre todo, para



Cambio de turno en la planta de Martorell, el viernes. CARLES RIBAS

todo ello ya existe otra enseña salida de los propios despachos de Martorell, Cupra, que es la gran apuesta para centralizar los nuevos modelos, más rentables, y todos los esfuerzos de electrificación.

Ante la posibilidad de la desaparición de la marca, la política catalana ha salido a defender la tesis de que Seat todavía tiene futuro. El presidente de la Genera-

Volkswagen ya ha abierto la puerta a dejar de invertir en Seat desde 2030

La Generalitat promete hacer todo lo posible para salvar la industria

litat, Salvador Illa, prometió que haría todo lo que esté en su mano para preservar la industria y los puestos de trabajo, y aseguró estar ya en contacto con los responsables de Volkswagen y Seat. Distintos partidos políticos, como ERC y Junts, apuntaron que la marca debe preservarse porque Cupra, pese a su historia de éxito, no puede implicar el fin de la enseña ni llenar su hueco. También el ministro de Industria, Jordi Hereu, expresó su confianza en que Seat pueda seguir vinculada a proyectos industriales. En el plano político, de momento el mensaje público es de confianza en enderezar la situación y encontrar una solución, pero en privado desde hace meses Seat preocupa a las administraciones, conscientes del tamaño de esta empresa: entre el impacto directo e indirecto representa aproximadamente el 4% del PIB catalán,

el 3% de la ocupación, y entre el 10% y el 12% de las exportaciones. “No podemos permitirnos perder un motor industrial como este”, resumía el viernes un cargo de la Generalitat.

El temor es compartido por los sindicatos. Rafa Guerrero, secretario general de CC OO en Seat, explica que una eventual desaparición de la marca puede afectar al empleo y a la viabilidad de la compañía SEAT S.A., que ahora engloba a las dos enseñas. “La misma lógica de matar a una marca puede llevar a matar la compañía”, señala el sindicalista. “Sabíamos que el grupo tiene una crisis y que nos afectaría, pero no entendemos qué aporta esto. Si es un tema de costes, hay alternativas, como colaborar con empresas chinas para que aporten tecnología, y mantenemos la enseña. Es lo que están haciendo Stellantis, Renault o Ford”, señala.

La cuestión es precisamente esta: cómo llenar el hueco que hipotéticamente dejaría la marca Seat. Si la desaparición se efectuase hoy, las cadenas de montaje de Martorell perderían alrededor del 30% de la producción. En las tres líneas de la fábrica todavía hay una importante presencia de los modelos de Seat: en la línea 1, que es la que se ha transformado recientemente dentro de la inversión de 3.000 millones realizada en la fábrica, se produce el nuevo Cupra Raval y el ID Polo; en la línea 2, los Seat León y los Cupra Formentor; y en la línea 3, los Seat Arona y los Seat Ibiza. Pero en cuanto a ventas, el año pasado Cupra ya superó a Seat en unidades entregadas (328.800 coches de Cupra, un 32,5% más, por los 257.400 coches de Seat, un 17% menos). Y también la rentabilidad es mayor en los coches Cupra que en los Seat.

La hoja de ruta de Seat se irá definiendo en los próximos meses, y entre otras cosas se plasmará en la posición que la compañía adopte de cara a negociar el convenio con los trabajadores, que vence este mes de diciembre. En este sentido, el secretario general de UGT, Pepe Álvarez, admitió que están “preocupados” y pidió a las administraciones que exijan al grupo alemán “responsabilidad” en sus políticas, después de que el erario público haya desembolsado ayudas millonarias a Volkswagen y a Seat para que acometan su electrificación. Y el presidente del comité de empresa de Seat, Matías Carnero —de UGT y miembro del Consejo de Supervisión donde se decide el paquete de medidas—, hizo un llamamiento a la “calma” sobre el futuro de la fábrica de Martorell. “Cupra existe gracias a Seat, y es inimaginable una empresa que no se llame Seat”, dijo.

La vía que pasaría por convertir a Seat en una marca de coches eléctricos ya ha sido descartada en múltiples ocasiones por los responsables de Volkswagen, que precisamente ven a Seat como una marca con la que seguir produciendo coches de combustión mientras no entre en vigor la prohibición de las emisiones contaminantes —medida aplazada en diciembre por la Comisión Europea más allá de 2035—, y a Cupra como la marca de futuro en la que ponen todas las apuestas de la electrificación.

La noticia sobre los planes del grupo alemán con respecto a Seat ha caído como un jarro de agua fría para un tejido empresarial que ya ha pasado por desafíos parecidos. El cierre de la planta de Nissan en la Zona Franca de Barcelona, en 2020, ya fue un desenlace traumático para un proyecto industrial más pequeño que Seat, y se tardó cuatro años en volver a tener actividad industrial, precisamente recuperando una marca antigua, Ebro, con un socio chino, Chery. “Si ya costó llenar el hueco de Nissan, imagínate cómo sería llenar el vacío de Seat”, señala un empresario del sector auxiliar de la automoción.